

Telaah Konsensus *Privacy Policy* Sebagai Kontrak Digital pada *E-Commerce* Guna Memberikan Perlindungan Data Pribadi

Elora Salsabila¹, Adi Sulistiyono²

Institusi

^{1,2} Universitas Sebelas Maret

Email

¹elorasalsabila@student.uns.ac.id

²adisulistiyono@staff.uns.ac.id

Penulis korespondensi

Elora Salsabila

Jalan Ir. Sutami No. 36A

Kentingan, Jebres, Surakarta,

Jawa Tengah

elorasalsabila@student.uns.ac.id

Riwayat artikel

Dikirimkan Februari 2024

Disetujui Maret 2024

Diterbitkan Maret 2024

Abstract:

This research is motivated by the phenomenon of personal data misuse occurring in various e-commerce platform. E-commerce platforms inherently have the authority and full responsibility over the collection, processing, and utilization of personal data through profiling activities. The policy regarding these activities is regulated and included in the digital agreement document called the "Policy Privacy". This study aims to examine whether the "Privacy Policy" has obtained sufficient validity of agreement form e-commerce service users, considering the consensus given appears to be coercive. Moreover, many clauses in these "Privacy Policies" often transfer the legal protection of personal data responsibilities to the users, thus this can be classified as an exemption clauses. This research is a normative juridical research that uses a legal approach, a case approach, and a conceptual approach with primary data types in the form of laws and case studies and secondary data in the form of previous juridical literature that examines the involvement of various laws and the application of the principle of pacta sunt servanda in creating legal protection for fair consumer personal data. The result obtained is that the approval of the "Privacy Policy" can be said to be null and void so that it is necessary to develop supervision and terms of use of the "Privacy Policy".

Keywords: *Privacy Policy; Exoneration Clauses; Protection of E-commerce User Personal Data*

Abstrak:

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fenomena penyalahgunaan data pribadi yang terjadi pada berbagai *e-commerce*. *E-commerce* sejatinya memiliki kewenangan dan tanggung jawab penuh atas pengumpulan, pengolahan dan pemanfaatan data pribadi melalui kegiatan pemrofilan. Adapun kebijakan terhadap aktivitas tersebut diatur pada perjanjian digital yakni "Kebijakan Privasi". Penelitian ini bertujuan untuk menelaah apakah "Kebijakan Privasi" telah mendapatkan keabsahan kesepakatan yang cukup kuat dari pengguna layanan *e-commerce*, mengingat konsensus yang diberikan seakan bersifat memaksa. Terlebih, klausula yang terdapat dalam "Kebijakan Privasi" tersebut juga seringkali ditemukan melimpahkan tanggung jawab perlindungan hukum data pribadi kepada pengguna, sehingga hal ini dapat diklasifikasikan sebagai klausula eksonerasi. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif yang menggunakan pendekatan undang-undang, pendekatan kasus, dan pendekatan konseptual dengan jenis data primer berupa peraturan perundang-undangan dan studi kasus serta data sekunder berupa literatur yuridis terdahulu yang mengkaji keterlibatan berbagai undang-undang serta penerapan asas *pacta sunt servanda* dalam menciptakan perlindungan hukum bagi data pribadi konsumen yang berkeadilan. Hasil yang diperoleh ialah persetujuan "Kebijakan Privasi" dapat dikatakan batal demi hukum sehingga perlu dilakukan pengembangan pengawasan dan ketentuan dari penggunaan "Kebijakan Privasi".

Kata Kunci : *Kebijakan Privasi; Klausula Eksonerasi; Perlindungan Data Pribadi Pengguna E-commerce*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah berkembang pesat yang kini hidup berdampingan dengan kehidupan manusia pada hampir seluruh belahan dunia. Pengaruh kemajuan teknologi dan informasi mampu mengubah pola hidup masyarakat menjadi lebih berkembang dan mendorong revolusi ekonomi, sosial, budaya, keamanan, dan penegakan hukum (Sunarso, 2009). Dewasa ini, masyarakat Indonesia telah dihadapkan pada sebuah perubahan teknologi yang secara fundamental mengubah paradigma peran teknologi mulai dari pola hidup hingga bentuk interaksi dengan orang lain. Perubahan ini berpotensi menghasilkan dampak besar, terutama pada bidang industri ekonomi dan perdagangan yang kini telah memasuki babak baru yang dikenal sebagai ekonomi digital. Eksistensinya ditandai dengan semakin maraknya kegiatan perekonomian yang memanfaatkan internet sebagai sarana komunikasi. Perdagangan misalnya, kini semakin marak mengandalkan *e-commerce* sebagai *platform* bertransaksi (Indrajit, 2001).

Pemanfaatan teknologi digital secara masif di Indonesia menghadirkan dampak signifikan bagi berbagai sektor, salah satunya ialah sektor industri bisnis yang kemudian menjadi *pioneer* dari perdagangan elektronik atau *e-commerce* (Thimoteus & Kharisma, 2021). Akan tetapi, efek dari semakin masifnya perkembangan teknologi juga berimbas pada konsep perlindungan data pribadi di Indonesia. *E-commerce* secara bertahap telah menggantikan cara pandang bisnis tradisional dengan mengembangkan model-model interaksi antara produsen dan konsumen dalam dunia digital dan kini kerap dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*.

E-commerce merupakan suatu perwujudan penerapan internet dalam dunia bisnis. Secara umum, *e-commerce* merupakan bentuk perbuatan hukum melalui transaksi elektronik yang menggunakan media internet. Proses transaksi elektronik menggambarkan bahwa perdagangan tidak hanya dilakukan secara konvensional, tetapi kini hal ini dapat dilakukan dengan media internet sehingga terjadi peningkatan dalam efektivitas dan efisiensi waktu serta memperkaya pihak penjual maupun pembeli (Nugraha & Sudarwanto, 2019).

E-commerce merupakan sebuah model bisnis modern yang tidak melibatkan interaksi secara langsung antara pelaku bisnis secara fisik dan non-sign (tidak menggunakan tanda tangan asli). Bisnis ini melakukan data (data interchange) melalui internet, di mana penjual dan pembeli barang atau jasa dapat melakukan bargaining dan transaksi (Suparni, 2009). Prosedur ini menawarkan akses tanpa batas, cepat, dan interaktif yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk sesuai keinginan. Saat ini, internet dan *e-commerce* telah menjadi suatu bagian dari “all

new lifestyle” bagi masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia (Khoirunisa, 2023).

Perdagangan elektronik saat ini diatur oleh beberapa undang-undang, diantaranya UU Nomor 11 Tahun 2008 yang telah diubah menjadi UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan serta PP Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik. Meskipun demikian, regulasi tersebut masih terbatas dan belum mencakup isu-isu utama dalam *e-commerce*, salah satunya isu krusial, kontrak elektronik.

Hadirnya teknologi dan digitalisasi di tengah-tengah kita sejatinya menghadirkan berbagai kemudahan. Namun, selain itu pula segudang resiko bak menjadi teman bagi kemudahan tersebut. Berbagai penyalahgunaan terjadi, salah satunya menyoal terkait data pribadi yang kian hari kian menjadi permasalahan serius. Hal ini salah satunya dicerminkan oleh hadirnya berbagai lapangan pekerjaan berbasis teknologi. Namun perkembangan yang ada tidak selamanya digunakan untuk kepentingan yang positif, bahkan hal ini justru seringkali disalahgunakan untuk hal-hal yang negatif, hal ini terbukti ketika Badan Siber dan Sandi Negara menyatakan bahwa 239,74 juta serangan siber terjadi di Indonesia sepanjang 2021, kejahatan siber yang umum terjadi di dunia adalah pencurian data, menyamar menjadi seseorang, transaksi ilegal dengan kartu kredit orang lain, peretasan email, hingga pembajakan sistem komputer (Suwiknyo, 2021). Dari kelima jenis kejahatan siber tersebut, yang perlu kita ketahui sebelumnya adalah semuanya diawali oleh satu hal yang sama, yakni kegiatan pemprofilan.

Dalam praktiknya, *e-commerce* melakukan berbagai serangkaian proses analisa data yang diperoleh melalui konsumen guna memberikan dan memahami konten yang diinginkan konsumen, hal ini yang nantinya menjadi fokus penelitian penulis yang disebut dengan kegiatan pemprofilan. Dapat diketahui bahwa data yang diperoleh tentang perilaku pengguna dapat mengungkapkan faktor-faktor yang berpotensi mendorong minat konsumen.

Saat ini berbagai *platform e-commerce* memanfaatkan *big data* untuk memahami preferensi yang memberikan wawasan kepada konsumen secara mendalam bahkan termasuk informasi yang diberikan pada waktu kapanpun. Keunggulan yang diberikan oleh *e-commerce* dalam memproses data konsumen hingga akhirnya dapat menyuguhkan berbagai hal yang sesuai dengan keinginan konsumen. *E-commerce*, dalam hal ini disebut dengan marketplace sebagai pelaku kegiatan, menggunakan teknologi *Cookies* untuk merekam dan menyimpan data pribadi, riwayat penelusuran, serta segala aktivitas konsumennya (*end-use*).

Informasi pribadi konsumen *online marketplace* didapatkan melalui perekaman *Cookies* yang selanjutnya diberikan kepada pihak ketiga untuk mengolah dan menganalisis big data hingga dapat memberikan output menjadi targeted advertising guna meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Kegiatan ini diakomodasi perlindungan hukumnya dengan seperangkat dokumen perjanjian digital yang mejadi dasar dari belakunya kegiatan tersebut, yakni “Kebijakan Privasi”. Dalam hal ini “Kebijakan Privasi” diposisikan untuk memiliki peran yang penting terhadap landasan hukum sebagai instrumen perlindungan data pribadi. Namun, pada faktanya berbagai *e-commerce* justru menyalahgunakan kedudukan *e-commerce* dengan mengalihkan tanggung jawab perlindungan hukum terhadap data pribadi tersebut kepada konsumen.

Adapun, yang menjadi diferensiasi dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yakni “Perlindungan Hukum Atas Data Pribadi Bagi Konsumen Dalam Klausula Eksonerasi Transportasi Online” oleh M. Syaiful Rizal, dkk pada tahun 2019, “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen E-Commerce (Kajian Terhadap Kebijakan Privasi Shopee, Tokopedia, dan Lazada)” oleh Batara Adi Pratama, dkk pada tahun 2022, dan “Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi Konsumen Marketplace Tokopedia atas Pemanfaatan Cookies dalam Praktik Targeted Advertising” oleh Alifah Khoirunisa pada tahun 2023, ialah terletak pada menganalisa lebih lanjut terkait hubungan klausula eksonerasi yang terdapat pada kontrak elektronik penyedia layanan *e-commerce* dengan sistem keamanan data pribadi pengguna dikaitkan dengan perlindungan data pribadi pengguna layanan *e-commerce*.

Oleh karena gejala permasalahan perlindungan data pribadi yang kian menjadi sorotan publik atas penyalahgunaan data pribadi yang terjadi di beberapa *platform e-commerce*, terdapat 2 (dua) poin rumusan masalah yang perlu ditelaah, yakni yang *Pertama*, mengenai bagaimana relasi keabsahan konsensus persetujuan “Kebijakan Privasi” dengan fenomena penyalahgunaan data pribadi yang kerap terjadi?. Kemudian yang *Kedua*, terkait bagaimana telaah konsensus persetujuan “Kebijakan Privasi” yang di dalamnya mengandung klausula eksonerasi?

II. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan penulis ialah metode penelitian yuridis normatif dengan memfokuskan pada kajian peraturan perundang-undangan dengan sumber data primer berupa literatur dan dokumen perjanjian yang ada. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan melakukan telaah terhadap peraturan perundang-undangan yang berkenaan dengan perlindungan data pribadi serta informasi dan

transaksi elektronik serta mengaitkan dengan teori perlindungan hukum sebagai tujuan utama dari penelitian ini. Penelitian ini bersifat preskriptif guna mempelajari tujuan hukum, nilai-nilai keadilan, validitas aturan hukum, konsep-konsep hukum dan norma hukum, sementara bersifat terapan merujuk pada ilmu hukum sebagai yang menetapkan standar prosedur, ketentuan-ketentuan dalam melaksanakan aturan hukum (Marzuki, 2021 : 22). Teknik analisis dalam penelitian hukum ini bersifat kualitatif menggunakan metode silogisme dengan pola pikir deduktif. Dimana premis mayor direlasikan dengan premis minor yang kemudian keduanya ditarik menjadi suatu kesimpulan. Menurut Philipus M. Hadjon dalam logika silogistik, premis mayor adalah aturan hukumnya, sedangkan premis minor ialah fakta hukum yang ada (Marzuki, 2021: 89-90). Guna membangun analisis terhadap isu hukum berdasarkan ketentuan tersebut, penelitian ini berdasar pada peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai ketentuan klausula eksonerasi, Kebijakan Privasi dan perlindungan hukum terhadap data pribadi yang kemudian mengarah kepada fakta hukum yang terjadi yakni penyalahgunaan data pribadi pengguna *e-commerce*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Korelasi Keabsahan Konsensus Persetujuan “Kebijakan Privasi” dengan Fenomena Penyalahgunaan Data Pribadi

Penyalahgunaan data pribadi yang terjadi dalam sejarah *e-commerce*, menunjukkan perlunya menghadirkan ketentuan hukum yang dapat mengatur kontrak antara *e-commerce* dan konsumen terkait perlindungan data pribadi. Hal ini sesuai dengan amanat Pasal 4 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan hak konsumen terkait akses informasi. Kontrak *e-commerce* yang disusun oleh situs jual beli online seringkali berbentuk kontrak baku yang ditetapkan secara sepihak oleh pihak *e-commerce*. Kontrak tersebut disebut dengan “Ketentuan Layanan” atau “Kebijakan Privasi”.

Kebijakan privasi di situs jual beli online merupakan sebuah kontrak baku yang mengatur hak dan tanggung jawab antara penyedia layanan *e-commerce* dengan konsumen terkait pemanfaatan data pribadi konsumen untuk keperluan pengembangan dan pengelolaan *e-commerce*. Kegiatan pengumpulan data pribadi konsumen berdasarkan perjanjian atau kontrak penyimpanan adalah hubungan kontraktual antara *e-commerce* dan konsumen yang didasarkan pada prinsip kepercayaan dan prinsip kerahasiaan.

Perusahaan *e-commerce* mengandalkan teknologi yang dikenal sebagai *ad-targeting* sebagai upaya untuk menawarkan dan memasarkan produk. *Ad-*

targeting merupakan strategi yang digunakan oleh industri dan bisnis untuk mempromosikan suatu produk dengan menargetkan calon konsumen potensial (potential consumer). Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh adanya teknologi yang memungkinkan promosi dan pemasaran yang efisien dan akurat dengan biaya yang lebih rendah (Indriani, 2015).

Salah satu bentuk pengabaian terhadap perlindungan privasi ialah dengan munculnya Location-Based Messaging, yakni pesan iklan otomatis yang terkirim kepada seseorang berdasarkan lokasi tempat mereka berada. Meskipun demikian, seseorang mungkin belum pernah menyetujui perjanjian dengan penyedia layanan tersebut atau memberikan izin untuk merekam aktivitas mereka. Perusahaan seperti Google, Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Gojek, dan Grab tidak hanya menyediakan layanan kepada pengguna, tetapi juga mengumpulkan data pribadi penggunanya (Rizal, dkk., 2019). Praktik pengumpulan data besar-besaran dengan mencari, mengumpulkan, dan mereferensi silang ini yang disebut sebagai Big Data dan termasuk dalam upaya pemrofilan. Tidak hanya perusahaan, tetapi perseorangan dan pemerintahan pun dapat mengumpulkan data pribadi. Adapun kegiatan Pemrofilan, menurut Pakar Hukum Siber Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Masitoh Indriani, menjelaskan dalam prinsip perlindungan data pribadi bahwa kegiatan Pemrofilan merupakan kegiatan mengidentifikasi seseorang yang di dalamnya termasuk riwayat pekerjaan, kondisi ekonomi, preferensi pribadi, minat, perilaku, serta lokasi atau pergerakan Subjek Data yang dilakukan secara elektronik.

Dengan penggunaan teknologi ini, terdapat probabilitas permasalahan terakit dengan pemanfaatan data pribadi konsumen, termasuk pelacakan transaksi komunikasi, hingga alamat seorang konsumen. Teknologi yang dimaksud disebut dengan Cookies, yakni pengenalan yang disimpan dalam perangkat mobile yang merekam informasi terkait penggunaan layanan atau platform e-commerce, seperti kapan dan bagaimana platform tersebut digunakan oleh berapa banyak orang, serta aktivitas lain di dalamnya. Penyedia layanan juga dapat mengaitkan informasi Cookies dengan data pribadi, seperti item yang dipilih untuk pembelian dan halaman situs yang dikunjungi oleh pengguna. Informasi ini digunakan untuk melacak keranjang belanja pengguna, menyajikan konten yang sesuai dengan minat pengguna, menganalisis data, dan mengawasi penggunaan layanan e-commerce. Cookies, pada dasarnya merupakan sekumpulan file mikro yang disimpan oleh komputer pengguna untuk menyimpan data spesifik dari situs web tertentu dan dapat diakses kembali oleh server situs web tersebut. Penggunaan Cookies dapat merekam aktivitas pencarian pengguna dan menghasilkan iklan

yang sesuai dengan hasil pencarian online sebelumnya. Praktik intervensi ini dapat menimbulkan masalah privasi dan gangguan terhadap data pribadi, terutama dengan semakin masifnya penggunaan teknologi informasi dan komunikasi seperti Cookies dan ad-targeting (Indriyani, 2017).

Secara general, Indonesia memiliki aturan hukum yang mengatur kebijakan privasi (Privacy Policy) dalam sistem pasar online marketplace system pada kegiatan e-commerce, yaitu terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Adapun, Kementerian Komunikasi dan Informasi merupakan salah satu pemangku tanggung jawab utama dalam mengasi kegiatan e-commerce (Indriyani, 2017).

2. Telaah Konsensus Persetujuan “Kebijakan Privasi” yang Mengandung Klausula Eksonerasi

Sebagai upaya memberikan perlindungan kepada konsumen melalui Kebijakan Privasi, diperlukan suatu perjanjian yang mengikat kedua belah pihak. Namun patut disayangkan ketika perjanjian yang seharusnya dapat mengakomodir kebutuhan kedua belah pihak tersebut justru mencantumkan klausula eksonerasi. Klausula eksonerasi merupakan ketentuan yang menetapkan batasan atau bahkan menghapuskan sepenuhnya tanggung jawab yang seharusnya dibebankan oleh pihak produsen dalam hal ini merupakan penyedia layanan *e-commerce* (Sidharta, 2004). Tujuan dari pentingnya terdapat suatu regulasi hukum dalam ketentuan klausula baku ini adalah untuk memberikan ketentuan standar kepada calon konsumen pada aplikasi *e-commerce* agar persetujuan kedua belah pihak dapat tercipta secara adil dan transparan.

Dengan perkembangan teknologi dan informasi yang pesat, praktek perjanjian atau kesepakatan melalui media elektronik, seperti kontrak elektronik telah diperkenalkan dalam konteks layanan perikatan yang terwujud melalui media elektronik, berupa kontrak elektronik dengan berkembangnya teknologi dan informasi digunakan dalam jasa jual-beli online. Kontrak elektronik ini umumnya mengandung klausula baku yang telah dipersiapkan oleh penyedia layanan untuk mengefisiensikan waktu dan kemudahan dalam mencapai kesepakatan dan memungkinkan transaksi berlangsung dengan cepat. Kontrak elektronik dalam e-commerce juga mencakup ketentuan penggunaan layanan dan kebijakan privasi yang harus disepakati oleh pengguna layanan e-commerce.

Seperti halnya kontrak tertulis konvensional, kontrak elektronik juga memiliki persyaratan yang serupa dimana para pihak membuat perjanjian melalui sistem

elektronik (Bukido, 2016). Dari segi teoritis, penyusunan sebuah kontrak elektronik juga sepatutnya tunduk pada ketentuan KUHPdata yakni syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPdata. Namun, dalam praktiknya, kontrak elektronik seringkali disusun secara baku oleh penyedia layanan e-commerce secara sepihak. Kontrak baku elektronik ini pada akhirnya harus disepakati pada saat pengguna (konsumen) menyatakan setuju dengan mendaftar pada akun e-commerce untuk melanjutkan aktivitas pada platform tersebut (Marnia, 2017).

Adanya kontrak elektronik ini pada dasarnya merupakan upaya dari pelaku usaha dalam hal ini penyedia layanan e-commerce untuk menyusun perjanjian dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Namun, hal ini pun seringkali didasarkan pada prinsip kebebasan berkontrak yang dieksploitasi oleh penyedia layanan untuk keuntungan pribadi semata. Akibat yang ditimbulkan ialah konsumen menjadi seringkali berada pada posisi yang lebih lemah dan dapat dirugikan oleh klausula eksonerasi yang terdapat dalam kontrak elektronik tersebut. Muatan dalam Privacy Policy yang diberikan oleh penyedia layanan pada akhirnya menjadi memiliki kewajiban hukum untuk disepakati oleh konsumen selaku pengguna. Hal ini yang kemudian muncul sebagai pertanyaan, apakah Privacy Policy termasuk suatu perjanjian yang bersifat wajib untuk disepakati?

Adapun berdasarkan 3 e-commerce di Indonesia yang dapat penulis telaah kebijakan privasinya, diantaranya Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak juga memiliki klausula yang membebaskan tanggung jawab keamanan perlindungan data pribadi kepada pengguna sebagaimana berikut:

a. Tokopedia :

"- Tokopedia tidak bertanggung jawab serta pengguna tidak akan melakukan penuntutan terhadap Tokopedia atas segala kerusakan dan kerugian yang ditimbulkan dari adanya tindakan peretasan ..."

"- Anda setuju dan mengakui bahwa Anda sepenuhnya bertanggung jawab atas setiap akses tidak sah atau kerugian apapun atas data biometrik yang tersimpan di perangkat seluler Anda."

"- Anda bertanggung jawab untuk memeriksa Pemberitahuan Privasi ini secara berkala untuk mengetahui data terbaru tentang pengolahan data dan praktik perlindungan data Kami."

b. Shopee :

"-Anda mengakui, menyetujui dan sepakat bahwa Shopee dapat mengakses, menyimpan dan mengungkapkan data pribadi Anda dan informasi dan Konten Akun Anda jika diminta oleh hukum ..."

c. Bukalapak :

“- Dengan memberikan informasi (data pribadi dan perilaku pengguna), Pengguna melepaskan hak atas klaim, kerugian, tuntutan, dan gugatan yang mungkin terjadi atas tindakan pemrofilan, termasuk informasi pribadi, dalam Sistem Bukalapak.”

“- Pengguna dengan ini memberikan persetujuan eksplisit kepada Bukalapak untuk melakukan tindakan pemrofilan, mempublikasikan, mengirimkan, mengungkapkan, menyebarluaskan, menghapus dan memindahkan data dan informasi pribadi yang Pengguna sampaikan (input) ke dalam Sistem Bukalapak, termasuk seluruh data pribadi Pengguna dalam sistem Bukalapak dan Pengguna dengan ini menyatakan bahwa pemberian persetujuan atas data dan informasi pribadi tersebut dilakukan tanpa paksaan, dalam kondisi cakap, dan dengan keadaan sadar, dimana persetujuan tersebut Pengguna berikan saat membuat akun Bukalapak (“Persetujuan Pengguna”).”

“- Atas Persetujuan Pengguna, Pengguna dengan ini menyatakan seluruh data dan informasi tersebut adalah milik Bukalapak.”

“-Pengguna membebaskan Bukalapak dari segala tuntutan, tuntutan hukum, kerugian, dan/atau tuntutan sehubungan dengan kegagalan pemrosesan transaksi pada aplikasi Bukalapak yang disebabkan oleh ketidakakuratan/ketidakcukupan informasi Data Pribadi yang Pengguna berikan kepada Bukalapak.”

Adanya klausula-klausula eksonerasi sebagaimana contoh di atas yang melepaskan tanggung jawab penyedia layanan menjadi akar dari permasalahan hukum saat ini. Klausula eksonerasi ini menunjukkan bahwa penyedia layanan tidak sepenuhnya bertanggung jawab dalam menjaga data pribadi konsumennya. Klausula ini membatasi bahkan menghapus tanggung jawab yang semestinya ditanggung oleh penyedia layanan. Klausula Eksonerasi juga digunakan oleh pelaku e-commerce sebagai jalan keluar dari tanggung jawab yang seharusnya mereka pikul. Mereka beralasan bahwa pengguna aplikasi e-commerce, yang menggunakan perangkat pintar, seharusnya mengerti dan menyetujui aturan yang diberlakukan oleh aplikasi. Namun, banyak konsumen yang tidak memahami keberadaan perjanjian baku dalam menentukan hak dan kewajiban mereka. Klausula semacam ini jelas merugikan konsumen karena secara tidak langsung memaksa mereka untuk tunduk pada aturan yang merugikan mereka sementara menguntungkan pelaku usaha (Hamid, 2017).

Pasal 18 ayat (1) a Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (untuk selanjutnya disebut UU No. 8 Tahun 1999) didalamnya menyatakan bahwa “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha”.

Klausula yang diterapkan dalam aplikasi e-commerce yang telah memenuhi persyaratan yang dijelaskan dalam kebijakan privasi dengan klausula eksonerasi

yang mengalihkan tanggung jawab, sehingga tidak memberikan perlindungan atau tanggung jawab penuh terhadap data pribadi konsumennya. Tindakan yang diambil oleh pelaku usaha tersebut dapat dinyatakan batal demi hukum sesuai dengan ketentuan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terutama ketika klausula baku yang mengalihkan tanggung jawab tersebut disertakan, maka hal itu akan dinyatakan batal demi hukum sebagaimana amanat Pasal 18 ayat (3) UU No. 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa “Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.”

Dalam menggunakan layanan platform e-commerce tersebut, terdapat persetujuan yang harus konsumen lakukan melalui satu kali klik (single click) atau dua kali klik (double click). Dengan melakukan tindakan tersebut, konsumen memberikan izin akses terhadap data dan informasi pribadi kepada penyelenggara aplikasi online. Seluruh pengguna teknologi aplikasi tersebut dianggap tunduk dan mematuhi syarat penggunaan serta Kebijakan Privasi yang berlaku berdasarkan klausula yang telah disepakati oleh konsumen. Kebijakan privasi di situs web atau aplikasi tersebut dianggap sebanding dengan perjanjian tertulis antara konsumendan penyedia layanan. Patut disayangkan pada praktiknya, banyak konsumen yang memberikan persetujuan tanpa membaca klausula yang terdapat pada Kebijakan Privasi secara menyuluruh dan teliti, yang konsumen inginkan ialah sebatas menggunakan layanan platform tersebut dengan maksimal untuk memenuhi kebutuhannya dengan cepat dan mudah. Kesulitan konsumen dalam memahami klausula baku yang terdapat dalam syarat penggunaan dan Kebijakan Privasi disebabkan oleh banyaknya ketentuan yang harus dipahami, terlebih klausula baku yang terlampau berjumlah banyak dan tidak efektif membuat konsumen enggan dan kesulitan untuk memahami persyaratan yang telah ditentukan oleh penyelenggara aplikasi.

Dalam kontrak elektronik (e-contract), suatu kesepakatan secara general dicapai ketika pihak kedua (konsumen) mengklik pada bagian persetujuan (agreement). Click-wrap agreement merupakan sebuah dokumen perjanjian untuk menggunakan layanan yang ditawarkan oleh penyelenggara. Biasanya, pengguna harus menyetujui syarat-syarat kontrak baku yang telah disiapkan dalam bentuk kontrak baku yang tidak dapat diubah dengan meng-klik (biasanya bertuliskan “I agree, I Accept, OK, atau Setuju”) dalam proses registrasi. Perjanjian click-wrap agreement ini seringkali dijumpai saat seseorang ingin mengunduh sebuah software atau mendaftar akun pada suatu layanan online (Fathur, 2020). Pada

akhirnya, konsumen akan terikat oleh e-contract tersebut. Namun, dalam e-contract Syarat dan Ketentuan pada e-commerce terdapat beberapa butir poin yang dapat dianggap sebagai klausula eksonerasi (exemption clause).

Ketentuan mengenai Kebijakan Privasi dalam bentuk Kontrak Elektronik mencakup sebuah perjanjian yang memiliki identitas khusus, yang tidak secara eksplisit diatur dalam korpus hukum perdata yang tertera dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Akan tetapi, berdasarkan kesepakatan yang termaktub pada Pasal 1320 KUHPerdata, hal ini berlaku untuk untuk menentukan sahnyanya suatu perjanjian. Jika telah memenuhi syarat sah perjanjian, maka kontrak elektronik memiliki kekuatan hukum yang serupa dengan undang-undang bagi para pihak yang menyepakatinya (*pacta sunt servanda*). Sebagai contoh, ketika seorang konsumen pendaftaran akun pada platform jual beli online dan menyetujui pengisian formulir yang tertera pada layar tersebut, tindakan ini secara substansial telah sesuai dengan ketentuan Pasal 5 Ayat (1) UU ITE. Namun, jika syarat subjektif (kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya dan kecakapan untuk membuat suatu perikatan) tidak dipenuhi, maka perjanjian tersebut dapat dimohonkan untuk dibatalkan (*voidable*) (Abdulkadir, 2019).

Pada realitas kegiatan e-commerce, konsumen dianggap sebagai pihak yang memiliki posisi yang lebih lemah dalam setiap aktivitas. Oleh karenanya, aturan pelaksana yang berkaitan dengan code of conduct dari kegiatan e-commerce diharapkan dapat melindungi kepentingan konsumen melalui persetujuan dari "Kebijakan Privasi". Hal ini bertujuan, agar kedua belah pihak, dapat menyetujui ketentuan tersebut sehingga data pribadi tidak dapat dengan mudah dimanfaatkan oleh penyedia layanan untuk kepentingan profit semata.

Sehingga dalam hal ini, penting bagi negara untuk hadir ditengah permasalahan yang kian menjadi "budaya" baru bangsa sebagai regulator yang dapat menyajikan regulasi yang pantas dan sesuai guna mengontrol aktivitas e-commerce, salah satunya mengawal regulasi kesepakatan Privacy Policy yang diberikan oleh penyedia jasa e-commerce/penjual dengan konsumen. Hal ini pun nantinya berhubungan erat dengan upaya perlindungan data pribadi yang dilakukan secara preventif. Sehingga untuk mengupayakan hal ini, klausula baku Privacy Policy yang sangat banyak kelemahan tersebut harus segera diperbaiki agar hak-hak konsumen dapat terpenuhi dan tidak dilanggar.

IV. PENUTUP

Oleh karena tidak adanya kepastian hukum dari proses pemprofilan data pribadi, menjadikan data yang diperoleh oleh penyelenggara *e-commerce* itu sendiri menjadi

abu-abu kedudukannya. Data pribadi yang diperoleh melalui konsensus yang disepakati secara memaksa (tidak ada pilihan lainnya dan tidak dapat mengubah klausula) dibutuhkan guna memenuhi syarat formalitas dilanjutkannya penggunaan layanan *e-commerce*. Sehingga, kedudukan *Privacy Policy* dapat dikatakan batal demi hukum karena mengandung klausula eksonerasi yang hanya mengakomodir kepentingan penyelenggara *e-commerce* tanpa dapat menyunting sendiri keinginan konsumen dalam pengelolaan data pribadi yang diberikannya. UU Perlindungan Konsumen telah melarang penggunaan klausula baku dalam suatu produk/jasa yang ditawarkan, sementara peraturan perundang-undangan di Indonesia hanya mengacu pada ketentuan syarat sah perjanjian dan asas *pacta sunt servanda* pada KUHPerduta. Sehingga dibutuhkan suatu ketentuan khusus mengenai pelaksanaan hal tersebut. Pemerintah, khususnya Kementerian Komunikasi dan Informatika perlu secara bijak dan tegas memantau serta mengevaluasi secara berkala pemrosesan data pribadi pada *e-commerce* serta mengevaluasi dan mereformulasikan ketentuan “Kebijakan Privasi (*Privacy Policy*)” yang tepat sehingga kedepannya dimungkinkan dapat disesuaikan dengan kesepakatan kedua belah pihak secara adil, proporsional, dan terbuka.

REFERENSI

- Abdulkadir, M. (2019). *Hukum Perdata Indonesia*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Bukido, R. (2016). *Urgensi Perjanjian Dalam Hubungan Keperdataan*. Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah, 7.
- Fathur, M. (2020). *Tanggung Jawab Tokopedia Terhadap Kebocoran Data Pribadi Konsumen*. 2nd National Conference on Law Studies: Legal Development Towards A Digital Society Era, 43–60.
- Hamid, A. H. (2017). *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. CV. Sah Media.
- Indrajit, R. E. (2001). *E-commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*. PT. Elex Media Komputindo.
- Indriani, M. (2015). *Praktek Surveillance dan Unlawful Interception sebagai Pelanggaran terhadap Hak atas Privasi dalam Kebebasan Berekspresi di Indonesia: Hukum, Dinamika, Masalah dan Tantangannya*. Elsam.
- Indriyani, M. (2017). *Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System*. *Justitia Jurnal Hukum*, 1(2). <https://doi.org/10.30651/justitia.v1i2.1152>
- Khoirunisa, A. (2023). *Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi Konsumen Marketplace Tokopedia atas Pemanfaatan Cookies dalam Praktik Targeted Advertising*. (Skripsi Sarjana, Universitas Sebelas Maret).

Elora Salsabila, Adi Sulistiyono, *Telaah Konsensus Privacy Policy Sebagai Kontrak Digital pada E-Commerce Guna Memberikan Perlindungan Data Pribadi*

Marnia, R. (2017). *Perancangan Kontrak*. Umrah Press.

Marzuki, P. M. (2021). *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Nugraha, M. H. A., & Sudarwanto, A. S. (2019). *Legal Protection For Implementing Sale And Purchase Agreement Through Online Media*. *International Journal of Scientific & Technology*. 8(10).

Pratama, B. (2017). *Mengenal Kontrak Elektronik, Click-Wrap Agreement dan Tanda Tangan Elektronik*. *Business Law Binus*. <https://business-law.binus.ac.id/2017/03/31/mengenal-kontrak-elektronik-click-wrap-agreement-dan-tanda-tangan-elektronik/>. Diakses pada 28 Desember 2023.

Rizal, M. S., Yuliati, & Hamidah, S. (2019). *Perlindungan Hukum Atas Data Pribadi Bagi Konsumen Dalam Klausula Eksonerasi Transportasi Online*. *Legality: Jurnal Ilmiah Hukum*, 27(1), 68–82.

Sunarso, S. (2009). *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik Studi Kasus Prita Mulyasari*. PT. Rineka Cipta.

Suparni, N. (2009). *CYBERSPACE Problematika dan Antisipasi Pengaturannya*. PT. Sinar Grafika.